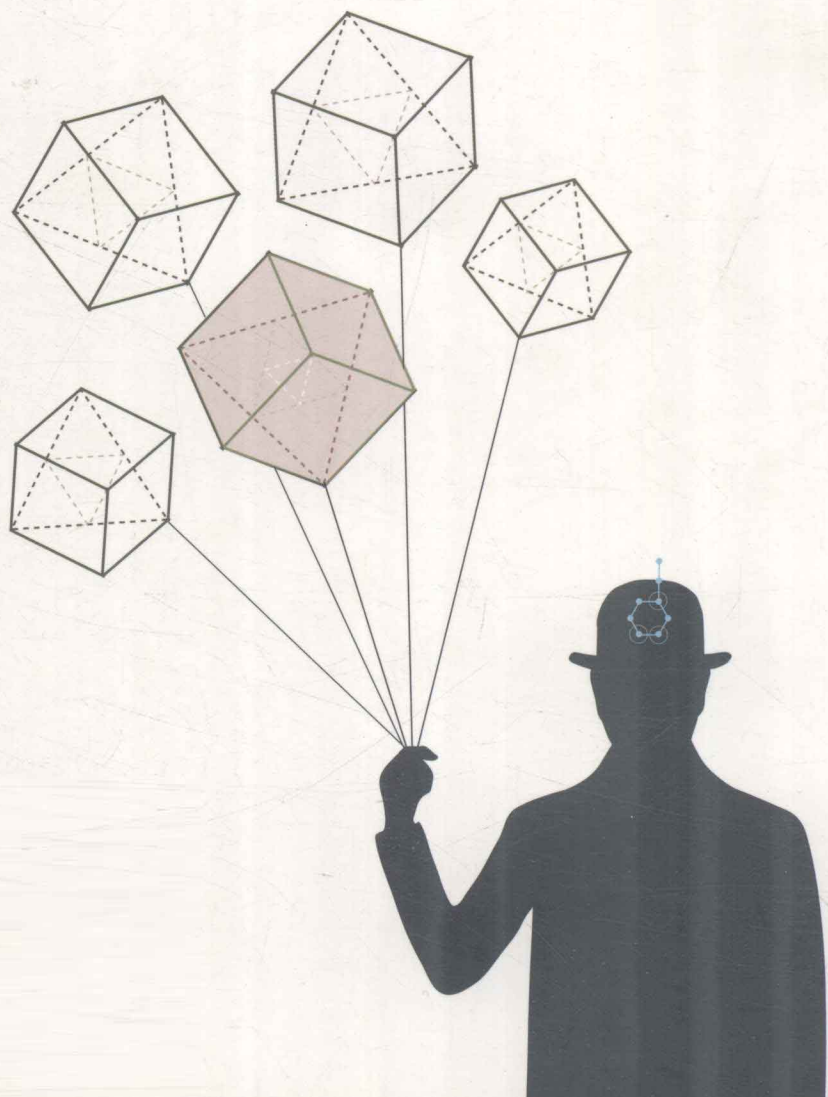


新聞、公關與危機處理

傳播個案分析

蘇 蘅 陳百齡 羅文輝 羅裕儀 葉育鑾 吳如萍 蘇惠群 嚴曉翠



新聞、公關與危機處理 — 傳播個案分析



蘇 蘅 主編

政治大學傳播學院頂尖大學計畫贊助出版

國家圖書館出版品預行編目資料

新聞、公關與危機處理：傳播個案分析 / 蘇蘅
等著. -- 初版. -- 高雄市：高雄復文，
2009. 02
面；公分

ISBN 978-957-555-956-4 (平裝)

1. 傳播 2. 個案研究

541.83

98001987

新聞、公關與危機處理—傳播個案分析

主 編：蘇 蘅

著 者：蘇 蘅、羅文輝、陳百齡、羅裕儀、葉育鑾、
吳如萍、蘇惠群、嚴曉翠

責任編輯：黃國庭

封面設計：顏宏安

發行人：蘇清足

出版者：高雄復文圖書出版社

地址：802 高雄市苓雅區五福一路 57 號 2 樓之 2

電話：(07) 226-5267

傳真：(07) 226-4697

登記證：局版台業字第 1804 號

版 次：2009 年 2 月初版一刷

I S B N：978-957-555-956-4

定 價：300 元

本書如有破損、缺頁或倒裝，請寄回更換

推薦序

國立政治大學新聞系教授

鍾蔚文

傳播領域正面臨歷史的巨變，爲了因應未來的變遷，傳播教育的內涵和方法都必須改變。政大傳院自 2005 年開始推動頂尖大學計劃，目的即在因應傳播環境的變遷。主軸之一爲教學創新，其中重點之一爲成立個案研究室，推動個案教學。在蘇蘅教授的領導之下，這幾年來致力於開發教法和教材，卓然有成，這本書即爲一例。

個案教學對知識以至於教學代表了不同於傳統的觀點。傳統教學以講課爲主。但是，正如一篇哈佛商學院的文章其標題所說的：智慧常無法言傳（wisdom cannot be told）。根據我個人多年教學的經驗，許多知識其精髓的確無法明言，只能從作中學，在情境中學。個案正是最好的方式之一。

這幾年來，心理學、教育的研究開始強調情境認知（situated cognition），也是基於類似的知識論。簡而言之，認知因情境而異。從教育的觀點，學習重點之一在培養對情境的感知。而這是傳統強調原則、理論的教學所無法勝任的。

個案教學除了契合當代對知識的觀點外，它以整合和應用知識爲主軸，也可以彌補傳統教學的不足。傳統課程，通常針對一二面向，深入探討和分析。例如：政治經濟學，重點在傳播其政經層面。這類課程當然有助於培養深度，奠定學術的基礎。但是在解決實際問題時，除了必備基本的分析能力和角度外，還必須進一步整合不同層面

的知識，提出解決的方案。傳播作為一個實務導向的學門，就其知識取向而言，更應該重視這一類的課程。

本書根據個案研究室的研究，針對提供了第一批傳播的個案，可供教學，也可作為自習的材料。此外，由於個案教學教法不同於傳統取徑，如何教、怎麼教、有那些困難，本書也進行示範，對於有志於個案教學的老師，提供了最佳的入門書。傳播教育正在轉向，這本書來得正是時候。

編者序

國立政治大學新聞系教授

蘇蘅

《新聞、公關與危機處理》是台灣第一本試圖結合傳播領域不同個案實務和理論的著作，也是一本跨領域的教科書。傳播領域本來就是充滿個案的田野，每家傳播媒體都由許多具有不同專業的個人組織起來，嘗試不同的經營方式，也回應社會各方不同的需求。近年更出現媒體滙流和客製化的新轉變，媒體競爭愈激烈，也就有更多大大小小的個案在世界各角落發生。新聞、公關、廣告、市場調查、新媒體，無一例外。

無論傳播行業或組織內部如何分工，傳播業界人士生活在無數個案之中，歐美的傳播研究也出現愈來愈多的個案分析，這使我想到了左派學者吉特林（Todd Gitlin）的博士論文以反戰學生組織 SDS（Students for a Democratic Society）為個案，深入討論示威運動和媒體的影響力；政經學者莫斯克（Vincent Mosco）對紐約藍領工人聚居區「無線電街」進行訊息傳遞與社會階層的田野研究，啟動非精英主義的研究觀點。兩本以個案研究為主的巨著，不但讓研究更貼近社會現實，也有助對問題根本做正確的判斷。

然而個案研究和以其他方法進行的傳播研究仍有不同，需要我們提高選擇的自覺性，擴大觀察視角；個案常為了聚焦於特定角度，必須對資料進行剪裁取舍。但個案並不是短期流行的研究，而以到社會現實的發掘和整理為基礎，許多問題只有到具體的社會環境中探討才

有意義。因此，如何分析傳播個案，如何概念化，進而發揮個案的學術和實務價值，是個案寫作和研究的重大挑戰。

如今回頭重新瀏覽《新聞、公關與危機處理》這本書，我很高興我們傳播學院的老師和在職同學敢於嘗試如此艱鉅的工作。爲了增加本書可讀性，我們除了在撰稿過程中反覆推敲，兩年前個案初稿完成後，亦曾多次開會，決定大幅減少理論篇幅，並嘗試對個案涉及的社會、文化和經濟面做了新詮釋，希望帶給讀者新感受。

本書共有兩個目的：先用真實材料和作者的角度來理解這些個案的特質和背後的思考；另外也穿插理論，提供這個領域中相關學者和學理可能會有的看法。但讀者應可發現，本書並未提供任何答案，原因是這些個案發生的原因和決策當下，都有各種複雜的考量，本書希望呈現不同個案不同的發展軌跡，而非像一般教科書給予答案。讀者閱讀這些個案，應該自己去思考如何設身處地進入個案脈絡，以發自內心的思維思考如何回應困境。

本書的個案不但多采多姿，更是近年來台灣這個社會發展和轉型的重要社會事件，也凸顯台灣在實施民主制度，和媒體互動方面的難題有著各種值得探索的問題與意義。本書雖然看起來分成新聞、公關、非營利團體、政府組織、社會運動等個案來看台灣社會，但讀者一眼就會注意到，台灣發生的這些個案都顯示，當代傳播事業不但碰到真實世界的各種複雜問題，其中各要角的判斷也深受外在環境影響，因此出現不同面貌的個案，應說「傳播」的概念在這個時代已經改變。

這些個案剖析和敘述是台灣首次爲了讓讀者理解傳播領域發生的重大事件而做的嘗試，希望讀者會覺得很有收穫。也由於這是一部發

自內心深處，由傳播領域的資深人士用專業、經驗和學理所匯而聚之的著作，和一般學術著作偏重理論大不相同。

傳播事業在現代民主社會扮演著經濟推手和公民角色，傳播事業未來難卜，卻和社會與之緊緊相繫。傳播若是發展順利，且決策者和專業工作者能以務實和審慎的態度處理各種社會議題、時代脈動和群我關係，台灣前途將有榮景，相反的，整個社會將不堪想像。

本書得以完成，首先要謝謝另一位作者羅文輝教授在擔任政大傳播學院院長時，致力推動傳播個案撰寫；現任院長鍾蔚文教授持續大力支持，陳百齡、陳文玲、陳清河、陳憶寧和商學院的周玲臺老師，都提供這本書和傳播個案發展很好的建議並參與其中。可說沒有傳播學院和這些老師的支持及頂尖大學計畫的贊助，就沒有這本書的出版。

最可敬又可愛的是本書個案的五位作者，他們都是傳播學院在職專班的同學，有些已經畢業，每位都是職場的佼佼者。爲了這本書，無不全力以赴；無論在國內外出差或休假，每次開會從不缺席，盡心盡力，完成這本著作，在在顯示他們的專業與敬業。

最近這五年，沒有任何一個產業像傳播遭到許多責難，大家對傳播事業有過多的關注和難以想像的迷思，都使傳播事業承受過多期望與責任。我企盼本書的出版，能使讀者更加理解傳播領域－無論是新聞或公關領域、政府的形象整飾與溝通，背後都是極爲錯綜複雜的因素在角力。傳播事業的確面臨嚴峻挑戰，從個案中我們便能深切體會傳播組織內部如何面對各種彼此扞格的力量，這本書希望能開啓傳播實務和學理融匯的新道路，學界也可以認識傳播個案研究過程令人著迷的地方。

關於作者（按姓氏筆劃排序）

吳如萍 現任東森電視台新聞部經理，目前就讀於政治大學傳播學院碩士在職專班。畢業於政大新聞系廣電組。曾任自立晚報記者、聯合晚報記者、中時晚報記者、商業周刊記者、新新聞週刊記者、環球電視台新聞部政治組組長、三立電視台新聞部主任、東森電視台新聞部主任。

陳百齡 現任政治大學新聞系副教授。畢業於台灣大學法律系，獲得美國印第安那大學教育傳播博士學位。曾任美國印第安那大學訪問學者（1998）及政治大學傳院媒體整合實驗中心主任（2001-2003）。研究專長領域為資訊蒐集與呈現、電腦輔助採訪報導及認知理論在傳播上應用。主要授課課程為新聞編採實務、資訊企畫與整合、視聽傳播。

葉育鑒 現任慈濟人文志業中心廣播部副理。畢業於政治大學外交系，獲得政治大學傳播學院傳播碩士。曾於 2005 年以大愛廣播台的【真心看世界】節目，獲得 94 年廣播金鐘獎最佳社會服務節目獎。致力於走遍社會各角落，用傳播說動人的故事，鼓勵許多親社會的行為，把媒體推向「心靈產業」，為社會構築共同的歡喜、希望與信任。

蘇衡 現任政治大學新聞系教授兼系主任。畢業於台灣大學法律系，獲得美國密西根州立大學碩士學位及政治大學新聞學系博士學位。曾任美國麻省理工學院訪問學者（2004-2005）。研究專長領域為新聞學、閱聽人分析、傳播效果、媒介全球化。主要研究興趣為媒介轉型、新聞產製與報導、及網路新聞。

蘇惠群 現任經濟部國會聯絡組組長，現就讀於政治大學傳播學院碩士在職專班。曾任台灣電力公司總管理處房地產股長、建管股長、核四溝通小組成員、輸變電工程處溝通經理及總管理處副研究員、研究員。研究興趣為政府傳播、公共關係及危機傳播、政府機關與國會議員、媒體記者之間的互動關係與溝通策略之探討。

羅文輝 現任國立政治大學傳播學院新聞系特聘教授。獲得美國奧立岡大學碩士及密蘇里大學博士學位，曾任國立政治大學新聞系主任（1995-1998）及傳播學院院長（2004-2007），主要研究興趣為新聞分析、政治傳播及傳播效果。

羅裕儀 現任 TVBS 新聞部製作中心副理，督導新聞節目企劃及製播。平日負責【2100 全民開講】導播工作已有 13 年，世界新聞專科學校五專部廣播電視科畢業，電視工作 20 年以上。曾赴美國、香港從事現場連線，國內及國際電視各類節目導播製作經驗豐富。1997 年以【2100 全民開講】入圍金鐘獎最佳導播獎，在 2003 年 10 月 13 日至 10 月 31 日赴美國 CNN 亞特蘭大總部參加 IPP（International Professional Program）計畫。熟悉綜藝、戲劇、紀錄片各類型節目製作企劃、剪接、助理導播及導播工作。目前在政治大學傳播學院碩士

在職班進行論文撰寫。

嚴曉翠 現任精英公關集團執行長，現就讀於政治大學傳播學院碩士在職專班。曾任楷模公關業務總監、楷模公關副總經理、經典公關總經理、精英公關總經理。2005 年重新整頓公關基金會，並擔任公關基金會執行長，積極推動公共關係在學術界、產業界、研究層次上的提升與發展，每年例行推動【校園公關提案競賽】，將公關教育理念落實。多次獲得政府機關、民間機構與國內外各大企業邀約，擔任公共關係講師。目前於世新大學公共關係暨廣告學系擔任【公關個案】課程講師。著作見《中國公共關係發展報告藍皮書》、《公共關係的最新發展趨勢》等書。

目錄

推薦序.....	i
編者序.....	iii
作者簡介.....	vii
第一章 傳播個案的開端.....	1
蘇蘅、羅文輝、嚴曉翠	
第二章 素人個案寫作：尋覓傳播教育的新途徑.....	13
陳百齡	
第三章 傳播個案的研究與撰寫.....	33
蘇蘅	
第四章 電視新聞現場連線的關鍵時刻.....	57
羅裕儀	
第五章 從「一攤血」官司看證嚴法師之危機處理.....	91
葉育蓀	
第六章 反貪倒扁紅衫軍的媒體策略.....	125
吳如萍	
第七章 記者與政府機關的互動關係：以經濟部為例.....	163
蘇惠群	
第八章 跨國企業危機傳播策略：SKII 重金屬成份風波分析 ...	207
嚴曉翠	

圖表目次

圖 4-1：電視新聞產製流程圖	69
圖 4-2：SNG 新聞產製流程圖	75
圖 4-3：TVBS 新聞製播流程圖	77
圖 4-4：副控室工程人員和製作人員編制	80
圖 5-1：慈濟全球人道關懷援助概況圖	106
圖 7-1：記者與首長互動關係階段	191
圖 8-1：危機傳播的整合模式圖	212
圖 8-2：危機與溝通策略的對照圖	230
表 4-1：全國 SNG 數量調查表	68
表 4-2：電視新聞採訪、製播流程表	69
表 5-1：慈濟人道援助工作大事列表	121
表 5-2：證嚴法師歷年獲獎紀錄	122
表 6-1：紅衫軍於社會運動史上的里程碑	132
表 6-2：反貪倒扁紅衫軍大事記	155
表 6-3：施明德小檔案	159
表 6-4：簡錫堦小檔案	160
表 6-5：范可欽小檔案	161
表 7-1：宗才怡個人簡歷	166
表 7-2：宗才怡經濟部長任內重要記事	168
表 7-3：黃營杉個人簡歷	174
表 7-4：黃營杉部長任內重要記事	175

表 7-5：經濟部長任職時間比較	186
表 7-6：財政部長任職時間比較	186
表 7-7：受訪記者基本資料	197
表 8-1：2005-2006 主要跨國企業重大危機事件表	213
表 8-2：中國 SKII 危機事件從爆發到內地首個專櫃重新開張之 時間表	222

第一章 傳播個案的開端

蘇衡、羅文輝、嚴曉翠*

* 作者蘇衡為政治大學新聞系教授。羅文輝為政治大學新聞系教授。
嚴曉翠為精英公關集團執行長、政治大學傳播學院在職專班碩士生。

壹、傳播個案開步走

1940 年，美國俄亥俄州艾略鎮（Erie County）的一個總統大選研究，啟動傳播的實證研究，很多學者以這個研究為例（Lowery & DeFleur, 1983）說明美國的一個典型城鎮研究，提出的兩級傳播理論，成為傳播效果研究的典範之一，並為傳播理論帶來媒介效果究竟是宏大或有限的典範轉變。

大眾傳播研究和所有研究一樣，可以是質化或量化，主要牽涉的是資料蒐集方法的差異。近年業界面對產業生態變化，要求學校教育除了教授理論外，也要因應市場的變化，因而使新聞傳播個案研究與教學逐漸受學界重視。美國著名的哥倫比亞大學新聞學院已經於 2008 年展開以個案為主的教學課程。哥大希望透過新聞學院和新聞傳播事業兩者的結合，來面對新科技和傳播新生態的挑戰，並重新思考新聞產製、新技術或商業管理上的問題。個案教學能把產業實例帶入教室，提升未來新聞傳播教育品質。哥大新聞學院認為透過課堂上的個案討論，學生們將增強邏輯分析、管理、領導等能力，更深入了解新聞倫理、媒介管理與決策等課題。

美國哈佛大學的甘乃迪政府學院大力提倡個案研究與教學，該學院中以新聞與媒體為主題的個案多達 54 個，包含教育、公共政策、環境、經濟發展等各種重要議題。有些個案談的是媒體併購與公共政策的關係，也有許多個案是關於媒體管理與經營策略，還有個案在談新科技、虛擬文化和文化產業，另外也包括政府和媒體如何互動的個案。